

# Übung 2: Benutzer\*innenprofil erstellen

Bild der idealen Kund\*in/Klient\*in, auf welche die Kommunikation ausgerichtet werden soll.

## Persona-Beispiel: Sophia, Marketingleiterin

### Hintergrund zur Person:

- Sophia ist eine erfolgsorientierte Marketingleiterin.
- Sie hat BWL studiert und arbeitet nach diversen Stationen im Ausland seit zwei Jahren in der Firma.
- Sie möchte erfolgreich im Beruf sein.

### Demographie:

- Weiblich
- 42 Jahre alt
- Vorort von Köln
- Wohnung, sie lebt alleine



### Identifikatoren:

- Sophia geht neben der vielen Arbeit boxen. Außerdem geht sie für ihr Leben gern tanzen und singen.
- Sie achtet auf ihr Äußeres und geht gerne Markenklamotten shoppen.
- Sie informiert sich intensiv über das Internet, bevorzugt Käufe aber in Geschäften bzw. nur nach direktem Gespräch mit einem Berater im Geschäft / beim Anbieter.
- Sie ist auf Facebook und Instagram aktiv.
- Große Kaufentscheidungen bespricht sie mit ihrer Familie und Freunden.

### Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Sie braucht einen neuen Laptop für ihren Job. Ihre Firma lässt ihr bei der Auswahl freie Wahl.
- Er soll schnell sein, eine leise Tastatur und eine gute Bildschirmauflösung haben.
- Da es so eine große Auswahl im Markt gibt, ist sie ein bisschen verunsichert.

### Herausforderungen:

- Es ist das nicht erste Mal, dass Sophia einen Laptop kauft. Allerdings ist es das erste Mal, dass ihr Arbeitgeber freie Hand lässt. Das Budget ist generös, gerade deswegen möchte sie keinen Fehlkauf machen.
- Sie weiß, was GBs und RAM ist, aber darüber hinaus sieht sie sich nicht als Computer-Freak. Am liebsten würde sie die Entscheidung jemand anders überlassen.
- So bald wird sie keinen neuen bekommen, also muss dieser für die nächsten fünf Jahre halten.

### Ideale Lösung:

- Wir können Sophia die Sicherheit geben, dass unsere Produkte von guter Qualität sind. Allerdings sind sie auch preislich im gehobenerem Segment. Unsere guten Bewertungen auf unseren Produktseiten und allgemein im Netz werden sie hoffentlich überzeugen.
- Unsere Produktentwickler haben lange an unserer Tastatur getüftelt, damit sie leise ist. Diese Info scheint aber noch nicht im Markt angekommen zu sein. Und wie bekommen wir Sophia in unser Ladengeschäft, damit sie es erfährt?

### Häufige Einwände:

- Preis, Preis, Preis. Trotz großzügigem Budget möchte Sophia sich nicht über den Tisch ziehen lassen. Off- und online gibt es manchmal große Preisunterschiede.
- Sie möchte an ihrem Feierabend nicht 20 Fachhändler besuchen, um ihr Wahl zu treffen.

**AUFGABE 2**

**PERSONA**

## Marketing auf einzelne Zielgruppen ausrichten

Alle Modelle und Verfahren zur Zielgruppensegmentierung liefern Aussagen für Produktentwicklung, Strategie, Positionierung, Kommunikation, Mediaplanung und Customer Relationship Management (CRM). So können alle Marketing-Aktivitäten gezielt auf einzelne Kund\*innengruppen ausgerichtet werden. In der Werbung wird das an vielen Stellen sichtbar. Bei einer Fußballübertragung im Fernsehen laufen ganz andere Werbespots als bei einer Vorabend-Soap.

### Marketingstrategie:

- Ist eine Art Spielplan – mit dem die Ziele erreicht und die Kundenbedürfnisse befriedigt werden können
- Marktsegmentierung
- Auswahl der Zielmärkte
- Positionierung (Wahrnehmung der Kunden)